



商贸零售行业：超头回归强化 Q4 美妆消费信心 板块边际改善



9月20日李佳琦复播，直播大约晚上7点开始至9点结束，截止直播结束观看人次超过6000万，远超此前日常直播2000-4000w左右的场均流量，接近今年618大促活动时5.31美妆现货节7000万的观看数量水平。本次共计上播26个sku，累计实现GMV估算约1.3亿元，覆盖美妆个护、生活快消、数码家电、时尚服饰品类。美妆个护方面，上播产品包括花西子眉笔、珂润面霜、夸迪清润次抛、自然堂茶泥面膜、悦慕润唇膏、妮维雅身体乳、OLAY沐浴露、黑魔法洗脸巾，合计实现GMV估算约5000万元，占比超40%。其中夸迪清润次抛为198元/35支、单支5.7元，相比官方旗舰店约为8.4折(官方旗舰店价格为308元/45支、单支6.8元)。

根据国家统计局，22H化妆品限额社零增速为-2.5%，较去年同期放缓，7、8月社零增速同比分别为0.7%和-6.40%。根据阿里和毕马威数据，21年直播电商GMV约在2万亿人民币，艾瑞咨询数据显示21年中国美妆行业市场规模4337亿人民币。抖音成为线上增长新动力，根据萝卜投资数据，22H1抖音美妆占比天猫环比提升7pct至23%。淘宝系在大促虹吸效应、抖音分流和超头缺位背景下，增速减弱。我们认为此次李佳琦恢复直播有助于修复是对于市场对双十一和Q4美妆消费信心，板块边际改善确定性较强。

风险提示：疫情持续超预期，行业竞争激烈等。

关键词：疫情 直播

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_47210

